

Melanie Huber

Kommunikation im Web 2.0

Twitter, Facebook & Co

2., überarbeitete Auflage

UVK Verlagsgesellschaft mbH

Inhalt

Inhalt.....	5
Vorwort.....	8
Einleitung.....	10

1 Kommunikation 2.0

Was besagt die 2.0?.....	14
Verändertes Konsumentenverhalten.....	17
Konsequenzen für die PR.....	23

2 Anwendungen und Chancen für die PR

Vernetzung für jedermann.....	29
Weblogs.....	31
Audio- und Video-Podcast.....	45
Really Simple Marketing: RSS.....	60
Social Networking.....	64
Social Bookmarking.....	74
Virtuelle Welten.....	83
Wilds.....	86
Google Wave.....	91
Google Buzz.....	92
Weitere innovative Angebote.....	93
Mobile Anwendungen.....	95
Social Commerce.....	98-
Die medienethischen Auswirkungen betrachten.....	105

3 Twitter: Wirkungsvolles Gezwitscher

Warum Twitter wichtig ist.....	110
Die ersten Schritte.....	112
Tweets in andere Seiten integrieren.....	117

Inhalt

Twitter und TV — neue Medien befruchten die herkömmlichen Medien.....118
Freunde finden und die Region entdecken.....119

4 Facebook: Kontakte, Kontakte, Kontakte

Freundschaften knüpfen und pflegen.....120
Positionierung über Fanpages.....123
Datenschutz oder Transparenz?.....124

5 Multiplikatoren

Finden der Meinungsmacher.....125
Einordnung der Relevanz.....127
Monitoring.....130
Kontaktaufbau und Reputationsmanagement.....131

6 Evaluation

Wissen einsammeln.....134
Rückfragen.....136
Dialoge führen.....138

7 Issue Management

Einsatzbereiche.....142
Maßnahmen.....145
Bedeutung für die PR.....149

8 Interne Kommunikation

Der Change-Prozess.....153
Basisaufgaben.....155
Fürsprecher motivieren.....159
Corporate Bloggingim Intranet.....160

9 Pressearbeit 2.0

Journalismus und das Internet.....	167
Multimedia-Pressemitteilung.....	170
Versand via RSS.....	172
Verteiler aufbauen.....	175

10 Umsetzung

Bedarfsanalyse.....	177
Ziel- und Zielgruppenbestimmung.....	181
Das wünscht sich Ihre Zielgruppe.....	187
Überzeugungsarbeit.....	192
Ideen finden.....	194
Marketing.....	198
Virale Kampagnen.....	202
Umgangsformen im Web.....	205
Rechtliche Aspekte.....	207
Erfolgsfaktoren der Kommunikation.....	211

11 Empfehlungsmarketing

Multiplikatoren finden und motivieren.....	214
Glaubwürdigkeit.....	215
Involvement.....	217
Erfolgsmessung.....	219

Das Internet der Zukunft.....	221^
-------------------------------	------

Glossar.....	225
Literatur und Studien.....	235
Index.....	238